

1. Šta razlikuje socijalno preduzeće od tradicionalnog poslovanja?

- a) Maksimizacija profita kao jedini cilj.
- b) Fokus na društveni i ekološki uticaj uz finansijsku održivost.
- c) Strogo pridržavanje vladinih propisa.
- d) Ekskluzivni naglasak na dobrobiti zaposlenih.

PREDUZETNIŠTVO

2. Šta od sledećeg najbolje opisuje „dvostruku krajnju liniju“ u terminologiji društvenih preduzeća?

- a) Određivanje prioriteta dobiti akcionara.
- b) Balansiranje finansijskih prinosa sa društvenim i/ili ekološkim ciljevima.
- c) Stroge prakse finansijskog računovodstva.
- d) Isticanje angažovanja zaposlenih.

3. U kontekstu socijalnog preduzetništva, šta je „procena društvenog uticaja“?

- a) Vrednovanje učinka zaposlenih.
- b) Merenje efekata poslovanja na zajednicu i životnu sredinu.
- c) Procena tržišne konkurencije.
- d) Sprovođenje finansijskih revizija.

4. Kakvu ulogu igra održivost u poslovanju socijalnog preduzeća?

- a) Minimiziranje društvenog uticaja.
- b) Maksimiziranje kratkoročnih profita.
- c) Balansiranje ekonomskih, društvenih i ekoloških razmatranja za dugoročnu održivost.
- d) Ignorisanje potreba zajednice.

5. Koji je primarni cilj generisanja prihoda socijalnog preduzeća?

- a) Zadovoljavanje akcionara.
- b) Finansiranje projekata zajednice i socijalnih inicijativa.
- c) Obezbeđivanje bonusa za zaposlene.
- d) Maksimiziranje plata izvršnih direktora.

6. Koja je svrha ključnog indikatora uspešnosti (KPI) u upravljanju preduzećem?

- a) Merenje uspešnosti marketinških kampanja.
- b) Evaluacija prisustva zaposlenih.
- c) Da procena i prati organizacioni učinak.
- d) Određivanje potreba za kancelarijskim nameštajem.

7. Na šta se odnosi pojam „Upravljanje lancem snabdevanja“ u kontekstu poslovanja preduzeća?

- a) Upravljanje zalihama kancelarijskog materijala.
- b) Optimiziranje toka roba i usluga od proizvodnje do potrošnje.
- c) Rukovanje internom komunikacijom unutar organizacije.
- d) Sprovođenje programa obuke zaposlenih

8. Šta je glavni cilj Plana kontinuiteta poslovanja (BCP) u upravljanju preduzećima?

- a) Minimiziranje fluktuacije zaposlenih.
- b) Maksimiziranje profita.
- c) Osiguravanje nastavka poslovanja tokom prekida.
- d) Poboljšanje estetike radnog mesta.

9. Koji finansijski izveštaj pruža pregled finansijskog položaja kompanije u određenom trenutku?

- a) Izveštaj o dobiti.
- b) Izveštaj o novčanim tokovima.
- c) Bilans stanja.
- d) Izveštaj o zadržanoj dobiti.

10. Koja je primarna svrha sistema za planiranje resursa preduzeća (ERP) u upravljanju poslovanjem?

- a) Pобољшanje morala zaposlenih.
- b) Optimizacija komunikacije.
- c) Integrisanje i upravljanje poslovnim procesima.
- d) Olakšavanje korisničke službe.

11. Koja je svrha SWOT analize u procesu strateškog planiranja?

- a) Evaluacija performansi zaposlenih.
- b) Identifikacija unutrašnjih snaga i slabosti, kao i spoljnih prilika i pretnji.
- c) Procena zadovoljstva kupaca.
- d) Praćenje održavanja kancelarijske opreme.

12. Koja je primarna svrha softvera za upravljanje odnosima sa kupcima (CRM) u poslovnim okruženjima?

- a) Praćenje prisustva zaposlenih.
- b) Upravljanje logistikom lanca snabdevanja.
- c) Poboljšanje komunikacije unutar organizacije.
- d) Izgradnja i održavanje odnosa sa kupcima.

13. Šta predstavlja akronim ROI u kontekstu poslovnog i preduzetničkog upravljanja?

- a) Povraćaj investicije.
- b) Stopu inflacije.
- c) Indeks režijskih prihoda.
- d) Rizik od nesolventnosti.

14. Šta znači termin "skalabilnost" u kontekstu preduzetničkih sistema i infrastrukture?

- a) Sposobnost merenja produktivnosti zaposlenih.
- b) Sposobnost prilagođavanja i rasta sa povećanom potražnjom.
- c) Metodika zadovoljstva zaposlenih.
- d) Obezbeđivanje sigurnosti radnog mesta.

15. Koji stil vođenja karakteriše fokus lidera na osnaživanje i omogućavanje zaposlenih da donose odluke?

- a) Autokratsko vođenje.
- b) Transakcijsko vođenje.
- c) Transformaciono vođenje.
- d) Laissez-faire vođenje.

PREDUZETNIŠTVO

16. Koja je svrha Gantovog dijagrama u upravljanju projektima?

- a) Evaluacija povratnih informacija kupaca.
- b) Praćenje napretka projekta tokom vremena.
- c) Procena motivacije zaposlenih.
- d) Analiziranje tržišnih trendova.

17. Koji je primarni cilj Sistema za upravljanje kvalitetom (QMS) u poslovnim procesima?

- a) Smanjenje fluktuacije zaposlenih.
- b) Obezbeđivanje usklađenosti sa industrijskim standardima i propisima.
- c) Maksimiziranje budžeta za oglašavanje.
- d) Poboljšanje estetike kancelarije.

18. Koji je primarni cilj "trostrukog donjeg reda" u kontekstu socijalnog preduzetništva?

- a) Maksimiziranje bogatstva akcionara.
- b) Balansiranje finansijskog, socijalnog i ekološkog učinka.
- c) Prioritizacija zadovoljstva kupaca.
- d) Postizanje ravnoteže između poslovnog i privatnog života zaposlenih.

19. Šta znači termin "socijalna inovacija" u terminologiji socijalnog preduzetništva?

- a) Tradicionalne poslovne prakse.
- b) Kreativna rešenja koja se bave društvenim i ekološkim izazovima.
- c) Strogo pridržavanje industrijskih normi.
- d) Programi obuke zaposlenih.

20. Šta razlikuje "neprofitno socijalno preduzeće" od profitnog socijalnog preduzeća?

- a) Fokus na generisanje profita.
- b) Isključiva oslanjanje na državna sredstva.
- c) Naglasak na socijalnom uticaju bez težnje za profitom.
- d) Isključenje uključivanja zajednice.

21. Koje je značenje pojma "ulaganje s utjecajem" u kontekstu socijalnog poduzetništva?

- a) Minimiziranje finansijskih rizika.
- b) Ulaganje sa namerom generisanja pozitivnih društvenih i ekoloških rezultata.
- c) Maksimiziranje kratkoročnih profita.
- d) Ignorisanje potreba zajednice.

22. Koju ulogu igra angažovanje zajednice u uspehu socijalnog preduzeća?

- a) Nema uticaja na uspeh socijalnog preduzeća.
- b) Podsticanje saradnje i rešavanje potreba zajednice.
- c) Stvaranje prepreka za ulazak konkurenata.
- d) Smanjenje fluktuacije zaposlenih.

23. U kontekstu socijalnog preduzetništva, šta je „izjava o socijalnoj misiji“?

- a) Izjava u kojoj su navedeni finansijski ciljevi.
- b) Izjava o posvećenosti organizacije njenim socijalnim i ekološkim ciljevima.
- c) Kodeks ponašanja zaposlenih.
- d) Strategija interne komunikacije.

24. Šta je primarni fokus društvenih preduzeća u pogledu prakse zapošljavanja?

- a) Maksimiziranje plata izvršnih direktora.
- b) Pružanje velikih beneficija zaposlenima.
- c) Pružanje jednakih mogućnosti i fer zarada.
- d) Striktno poštovanje zakona o radu.

25. Koji je primarni cilj marketinške strategije socijalnog preduzeća?

- a) Stvaranje snažnog korporativnog imidža.
- b) Maksimiziranje profitnih marži.
- c) Obrazovanje javnosti o socijalnim i ekološkim pitanjima.
- d) Isključivanje angažovanja zajednice.

26. Koju ulogu korporativno upravljanje igra u upravljanju socijalnim preduzećem?

- a) Maksimiziranje vrednosti za akcionare.
- b) Balansiranje finansijskih performansi sa etičkim razmatranjima.
- c) Ignorisanje ekoloških propisa.
- d) Strogo pridržavanje tradicionalnih poslovnih modela.

27. Kako socijalno preduzeće meri i saopštava svoj uticaj zainteresovanim stranama?

- a) Ignorisanje procene uticaja.
- b) Samo kroz finansijske izveštaje.
- c) Korišćenje metrike socijalnog uticaja i transparentnog izveštavanja.
- d) Isključivo oslanjajući se na anegdotske dokaze.

28. Koja je ključna karakteristika efektivnih komunikacijskih veština za preduzetnike?

- a) Govorenje samo kada je neophodno.
- b) Izbegavanje kontakta očima.
- c) Jasno i koncizno izražavanje ideja.
- d) Ignorisanje povratnih informacija.

29. Zašto se otpornost smatra vrednom veštinom za preduzetnike?

- a) Da izbegne preuzimanje rizika.
- b) Da se prilagodi i oporavi od neuspeha.
- c) Da održi stagnirajući poslovni model.
- d) Da odoli promenama.

30. Koju ulogu kreativnost igra u preduzetništvu?

- a) Pridržavanje utvrđenih normi.
- b) Držanje krutog poslovnog plana.
- c) Generisanje inovativnih ideja i rešenja.
- d) Izbegavanje eksperimentisanja.

PREDUZETNIŠTVO

31. Zašto je upravljanje vremenom važno za preduzetnike?

- a) Za efikasno odlaganje obaveza.
- b) Za povećanje nivoa stresa.
- c) Za prioritetizaciju zadataka i optimizaciju produktivnosti.
- d) Rad na više projekata istovremeno.

32. Na šta se odnosi termin “finansijska pismenost” u kontekstu preduzetničkih veština?

- a) Ignorisanje finansijskih izveštaja.
- b) Razumevanje i upravljanje finansijskim aspektima poslovanja.
- c) Oslanjanje na eksterne finansijske konsultante.
- d) Maksimizacija lične potrošnje.

33. Koji je značaj prilagodljivosti za preduzetnički uspeh?

- a) Pridržavanje krutog poslovnog plana.
- b) Otpor promenama radi očuvanja konzistentnosti.
- c) Prilagođavanje strategija kao odgovor na dinamiku tržišnu.
- d) Ignorisanje povratnih informacija kupaca.

34. Kako efektivno liderstvo doprinosi preduzetničkom uspehu?

- a) Mikromenadžment svakog zadatka.
- b) Fokusiranje isključivo na lični uspeh.
- c) Inspirisanje i vođenje tima ka zajedničkim ciljevima.
- d) Izbegavanje odgovornosti za donošenje odluka.

35. Zašto se umrežavanje smatra ključnom veštinom za preduzetnike?

- a) Izolacija od industrijskih kolega.
- b) Minimiziranje izloženosti potencijalnim prilikama.
- c) Izgradnja vrednih odnosa i partnerstava.
- d) Ignorisanje industrijskih trendova.

36. Koju ulogu preuzimanje rizika igra u preduzetničkim poduhvatima?

- a) Izbegavanje izazova radi održavanja komfora.
- b) Preuzimanje proračunatih rizika radi podsticanja inovacija i rasta.
- c) Otpor bilo kakvom obliku neizvesnosti.
- d) Ignorisanje tržišnih trendova.

37. U kontekstu preduzetničkih veština, šta je emocionalna inteligencija?

- a) Ignorisanje sopstvenih emocija prilikom donošenja odluka.
- b) Razumevanje i upravljanje sopstvenim emocijama i emocijama drugih.
- c) Fokusiranje isključivo na logičko razmišljanje.
- d) Minimizacija empatije u poslovnim interakcijama.

38. Zašto se donošenje odluka smatra kritičnom veštinom za preduzetnike?

- a) Da izbegne donošenje bilo kakvih odluka.
- b) Da sve zadatke donošenja odluka delegira drugima.
- c) Da donosi informisane i pravovremene odluke za vođenje poslovanja.
- d) Da se isključivo oslanja na intuiciju.

39. Šta znači termin “odgovorno preuzimanje rizika” u kontekstu preduzetničkih veština?

- a) Izbegavanje svih oblika rizika.
- b) Preuzimanje rizika bez razmatranja posledica.
- c) Donošenje proračunatih i dobro osmišljenih odluka za postizanje ciljeva.
- d) Ignorisanje potencijala za neuspeh.

PREDUZETNIŠTVO

40. Kako efikasno rešavanje problema doprinosi preduzetnički uspeh?

- a) Ignorisanje problema da bi se održala pozitivnost.
- b) Odupiranje promenama pred izazovima.
- c) Proaktivno rešavanje problema radi pronalaženja inovativnih rešenja.
- d) Izbegavanje odgovornosti za poslovne poteškoće.

41. Koju ulogu prilagodljivost igra u suočavanju sa promenama na tržištu za preduzetnike?

- a) Održavanje krutog poslovnog modela.
- b) Otpor bilo kakvom obliku promene.
- c) Prilagođavanje strategija kako bi se uskladile sa evaluirajućim tržišnim trendovima.
- d) Ignorisanje povratnih informacija kupaca o unapređenjima proizvoda.

42. Zašto se jak radni etos smatra esencijalnim za preduzetnike?

- a) Da bi se podstaklo odlaganje obaveza.
- b) Da bi se održao opušten pristup poslu.
- c) Da bi se demonstrirala posvećenost i predanost uspehu poslovanja.
- d) Da bi se minimalizovao napor u svakodnevnom radu.

PREDUZETNIŠTVO

43. U kontekstu preduzetničkih veština, šta se podrazumeva pod “veštinama pregovaranja”?

- a) Izbegavanje bilo kakvog oblika pregovaranja.
- b) Angažovanje u konfrontacijskom komunikacijom.
- c) Efektivno komuniciranje i postizanje dogovora sa drugima.
- d) Ignorisanje interesa poslovnih partnera.

44. Šta termin “vizionarsko razmišljanje” podrazumeva u preduzetničkim kontekstima?

- a) Fokusiranje isključivo na kratkoročne ciljeve.
- b) Ignorisanje dugoročnog planiranja.
- c) Razvijanje i ostvarivanje dugoročne vizije poslovanja.
- d) Odbijanje bilo kakvog oblika strateškog planiranja.

45. Kako način razmišljanja o rastu pridonosi uspjehu poduzetnika?

- a) Održavanje fiksnog pogleda na sopstvene sposobnosti.
- b) Prihvatanje izazova i viđenje neuspaha kao prilike za rast.
- c) Izbegavanje bilo kakvog oblika ličnog razvoja.
- d) Ignorisanje potrebe za kontinuiranim učenjem.

46. Zašto je efektivno delegiranje važna veština za preduzetnike?

- a) Da bi se mikromenadžmentovao svaki aspekt poslovanja.
- b) Da bi se izbeglo dodeljivanje zadataka članovima tima.
- c) Da bi se osnažile i iskoristile snage članova tima.
- d) Da bi se minimalizovala saradnja unutar organizacije.

47. Koju ulogu empatija igra u stilu liderstva uspešnih preduzetnika?

- a) Ignorisanje potreba i briga drugih.
- b) Demonstriranje razumevanja i uvažavanja perspektiva drugih.
- c) Minimizacija međuljudskih veza.
- d) Fokusiranje isključivo na lična postignuća.

48. Koja je svrha segmentacije tržišta u fazi marketinga?

- a) Ignorisanje raznolikosti kupaca.
- b) Ciljanje celokupnog tržišta na isti način.
- c) Podela tržišta na različite grupe na osnovu karakteristika.
- d) Izbegavanje povratnih informacija kupaca.

49. Koju ulogu marketing miks (4P) igra u fazi marketinga?

- a) Ignorisanje proizvoda, cene, mesta i promocije.
- b) Fokusiranje isključivo na karakteristike proizvoda.
- c) Integracija strategija proizvoda, cene, mesta i promocije.
- d) Isključivanje promotivnih aktivnosti.

50. Zašto je istraživanje tržišta ključno u fazi marketinga proizvoda ili usluge?

- a) Da bi se izbeglo razumevanje potreba kupaca.
- b) Da bi se identifikovale i analizirale tržišne prilike i izazovi.
- c) Da bi se preskočila analiza konkurencije.
- d) Da bi se minimalizovala važnost povratnih informacija kupaca.

51. Koja je svrha marketing plana u fazi marketinga poslovanja?

- a) Da bi se izbeglo strateško planiranje.
- b) Da bi se definisali ciljevi, strategije i taktike za postizanje marketinških ciljeva.
- c) Da bi se zanemarilo budžetiranje za marketinške aktivnosti.
- d) Da bi se potcenila važnost analize tržišta.

52. Koju ulogu pozicioniranje brenda igra u fazi marketinga?

- a) Ignorisanje imidža brenda.
- b) Stvaranje prepoznatljivog mesta za brend u svesti kupaca.
- c) Zanemarivanje doslednosti brenda.
- d) Minimizacija važnosti identiteta brenda.

53. Zašto je upravljanje odnosima s kupcima (CRM) esencijalno u fazi marketinga?

- a) Da bi se ignorisale interakcije sa kupcima.
- b) Da bi se poboljšalo zadovoljstvo i lojalnost kupaca.
- c) Da bi se izbegla personalizovana komunikacija.
- d) Da bi se minimalizovala važnost povratnih informacija kupaca.

54. Koja je važnost postavljanja marketinških ciljeva u fazi marketinga?

- a) Raditi bez konkretnih ciljeva.
- b) Vođenje i procena marketinških napora.
- c) Potcenjivanje važnosti merljivih ciljeva.
- d) Izbegavanje usklađivanja marketinških strategija sa poslovnim ciljevima.

55. Kako digitalni marketing doprinosi fazi marketinga u modernom poslovnom okruženju?

- a) Isključivanje online kanala.
- b) Povezivanje sa publikom putem online platformi.
- c) Zanemarivanje prisutnosti na društvenim mrežama.
- d) Izbegavanje korišćenja tehnologije za marketinške aktivnosti.

56. Koja je svrha praćenja i analize marketinške performanse u fazi marketinga?

- a) Izbeći merenje uspeha marketinških napora.
- b) Donošenje odluka na osnovu podataka i optimizacija strategija.
- c) Zanemariti potrebu za metrikama performansi.
- d) Smanjiti važnost analize marketinga.

57. Koja je svrha pozicioniranja na tržištu u fazi marketinga?

- a) Uspostaviti harmoniju sa konkurentima.
- b) Stvariti jedinstven i pozitivan doživljaj proizvoda ili brenda u umovima potrošača.
- c) Ignorirati preferencije ciljne publike.
- d) Izbegavati strategije diferencijacije.

58. Zašto je povratna informacija korisnika važna tokom faze marketinga proizvoda ili usluge?

- a) Potcenjivanje važnosti mišljenja korisnika.
- b) Izbeći unapređenja zasnovana na saznanjima potrošača.
- c) Identifikovati oblasti za poboljšanja i bolje zadovoljiti potrebe kupaca.
- d) Isključiti zadovoljstvo korisnika iz marketinških razmatranja.

59. Kako sadržajni marketing doprinosi fazi marketinga u poslovanju?

- a) da isključi informativne i privlačne sadržaje.
- b) Da pruži vredne informacije ciljnoj publici i izgradi autoritet brenda.
- c) Da izbegava digitalne platforme.
- d) da zanemari važnost pripovedanja pri marketinškim aktivnostima.

60. Koju ulogu ima brendiranje u fazi marketinga poslovanja?

- a) Ignorirati doslednost brenda.
- b) Stvaranje prepoznatljivog identiteta, izgradnja lojalnosti brenda i razlikovati se od konkurencije.
- c) Minimizirati važnost prepoznavanja brenda.
- d) Izbeći uspostavljanje emocionalnih veza sa potrošačima.